

管理的好书 管理学书籍读后感(实用5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

管理的好书篇一

本书共有六个部分，第一篇，绪论，主要是讲管理和管理者及迄今为止的管理理论；第二篇，没有题目，因为主要讲现今环境下管理的一些影响要素，包括组织文化，全球化环境，社会责任和管理道德；后四篇，按照管理过程论的四大职能——计划，组织，领导，控制的顺序，分别讲解。每一篇后面都要插入一个创业单元，也按照职能顺序分析；每一章后面的习题部分都有一个电子商务环境下的管理这样一个思考单元。书里讲了很多理论，但让读者思考的东西更多，比如道德和责任的问题，就像小标签一样，时不时出现提醒你，电子商务也是，现在的新趋势嘛，拓宽了读者的视野，而创业单元，就像一步步手把手教你创业一样，循序渐进，这让我想起另一本书的名字，《从优秀到卓越》，很有成就感，觉得自己学到了点东西。书的结构安排合理，写的好不枯燥，让人有兴趣读下去。管理学是一门实践性很强的学科，如果没有案例，无论是对教的还是对学的，都是不完整的。

说到这里，有一些很重要的问题，虽然扯的有些远，但我个人认为，其实是十分重大的问题，我为什么要在这里介绍书的结构？为什么我们的大学教材没有这么好的？为什么在很多领域，比如计算机还有这个管理学，经典的教材都是外国的？这些问题都指向一个最根本的问题——做学问的态度和方法，文化的影响问题。

中国的管理学学术方面一直没什么成果，一来是因为天生的劣势，二来，最重要的是，一缺态度，二没方法。缺乏做学问的基本态度，据说有一个中国某大学的教授一年出了13本书，乐得不得了，觉得自己很行，可在外国呢，尤其在西方发达国家，一个教授可能13年才出一本书，人家出的书里有多少价值是不言自明的吧。现在中国的社会整体都处在一种十分浮躁的心态下，有写枪手，计算机的书最好看外国原版的，翻译的有的说的根本不是人话，不如不看。国内的书都是互相抄，抄点字，截个图就出书了，没有半点自己经验的总结。

大学里也是如此，实在不应该。论文互相抄袭，而教材竟也是这样。某大学的管理学教材，以为还不错，是自己学校编的出版的，翻开看里面的内容，基本上就是照这本《管理学》扒下来的，当然话是讲的更本土一点，但实质内容没有什么差别，这样怎么教书育人啊！你可能水平差一点，但你能研究出什么就写多少，这样一个理论体系才能慢慢的构建起来。

中国现在确实没有管理实践很好的企业，但毕竟都在慢慢探索改进，这样才能找到适合中国的管理理论。中国企业的实践在不断的印证这些经典理论，但缺乏足够的论据，有太多说不清的东西。关系了，人情了，这些在中国社会远比法和理更好使。没有法制观念，这是一个社会文化的影响，不是几本书几个人就能改变的，可这种文化及其严重的阻碍了中国的发展，在学术领域就是没有使用定性定量研究的习惯，还有教育体制的问题，总是在读别人的书，学别人的经验，没有创新。

所以，结论就是——我们写不出这样的书来。很难看的一个答案，但事实就是如此，以上的话可能说的重了点，也夸张了点，但，就像我一开始说的那样，这是一个基本问题，尤其是对于管理学这样一个实践性学科，没有态度没有方法，你研究什么啊？扯远了，打住不说了。

管理当然要从管理的定义和管理者讲起。这本书对管理的定义是：一个协调工作的活动过程，以便能够有效率和有效果的同别人一起或通过别人实现组织的目标。这个定义可以分成几个层次：

第一，管理是一个过程（引出管理职能理论）。

第二，管理要同别人一起或通过别人（有人说管理过程的核心是领导而领导的核心是激励）。

第三，管理既要有效率又要有效果（做正确的事和正确的做事）。

第四，管理的目的是实现组织目标（什么是组织和怎样实现目标就是决策及战略管理等）。

这个定义是高度概括和总结性的，包括了最重点的理论。但定义这个事嘛，很有意思，因为，尤其是管理学，全世界恐怕有不下100种不同的定义，西方也没有定论，所以，定义这种东西是不宜深究的，理解他真正要说的就可以了，因为每一个定义都有它的侧重点，罗宾斯强调的，或者说看重的，是上面说的第二点——别人，他强调组织，领导，激励的作用，强调协作，团队。这一部分是中国的企业最缺乏的，独生子女从小就没有团队意识，文化上还很喜欢窝里斗，正所谓与天斗与地斗与人斗其乐无穷啊。还有一些概念，管理者，组织等等就不想抄写在这里了，没什么太大意思，因为这些概念都大同小异。

罗宾斯写的这本书，一是对前人概念的总结，其次就是他自己对这些理论的发展，提出了他很多自己的观点，这些我觉得有创建值得拿出来说说。

管理的好书篇二

经过读这本《现代管理学》，我对管理学这门学科有了更深刻和系统的认识。

管理学的普遍性和必要性让我们不得不去接触管理学，它让我们知道，我们在以后的生活和工作中，都要涉及到管理，它既深奥，又普遍。

深入地理解一下管理学，管理学的职能包括决策，组织，领导，控制和创新。首先，管理需要决策，而决策又包括计划和决定，这是做一切事情的基础和前提，只有把做事的方向和目标定好，才能有一个好的开头，俗话说，好的开始是成功的一半。这也与决策者的价值前提和追求目标有关。其次，组织，领导，控制是其他一切管理活动的保证和依托以及指导人们的思想和行为。一个领导者只有具有组织，领导和控制的能力，才能组织他的员工有条不紊地工作，反之，得不到很好的组织，领导和控制，这个团队会因没有秩序和规章制度而混乱，从而引发一系列如不能准时完成任务，员工没有责任感和使命感之类的问题，最终导致团队溃散。而对于一个成功的管理者来说，没有创新意识和创新思维是没办法在社会上众多企业中脱颖而出，并立于不败之地。创新是一个民族进步的灵魂，其在管理循环中处于轴心地位，成为推动管理循环的原动力，在当今社会，创新愈来愈成为决胜的关键，管理者要做到在各项管理职能上都有自己独有的表现形式才是最好的。

将问题转移到怎么来管理上，针对管理的方法，我总结，共有三大类。第一类，就是通过行政，法律这些强制性的，严格性的`手段进行制约，其效果明显，范围广泛，但是其缺点也十分明显，如给员工造成工作呆板，没有余地，没有自由的后果，会影响企业的活力性；第二类，是通过对员工经济，物质上的控制而达到对其工作量和工作效率的控制，其效果也较明显，实施方便，但是长此以往，会对员工的价值观和

金钱观产生消极的影响，甚者会影响整个企业的风气和名誉。第三类是教育方法，它是通过说服教育的方式把管理意志传达给被管理者，以求得到被管理者的响应和配合。这种从精神上改变员工工作态度的方法很深入，持久，而且方法柔和，脱俗，是我比较欣赏的方法，但是其效果也许没有前两类那样明显。

作为当代管理类大学生的我们，我们应该有能去感知认识当代国际国内的管理形式变化和发展。面对管理的复杂性和不确定性和危机，我们应该能沉稳面对。例如在面对管理危机时，这不是一个当时准备统筹就可以解决的问题，而是要在企业刚开始形成体系的时候，便要想到和做好各种方案才可以在危机这种紧张时刻临危不惧，冷静正确的按部就班地处理，化险为夷。因此，在创业的开始，我们要想地尽可能全面，将发展可能面对的每一个可能都考虑在内，做到有备无患。这也是我读这段书本最深的感受。

要想成为一个成功管理者，就要让自己努力成为“经济人”，“社会人”，“自我实现人”，“复杂人”，“文化人”，“创新人”。成为一个尽可能全面的人，还有一个最重要的能力，那就是要有足够的管理道德和社会责任，道德不仅体现管理目的，并对管理进行价值导向，决定管理理念与管理品质；其也是实现管理效益的手段与来源；也是管理者走向卓越必须的基本素质之一。而且，道德素质问题也成为全社会的焦点问题，只有坚持诚信管理，道德管理，你的公司将很快进入快速，乐观的发展的企业行列！

以上便是我对这本现代管理学的认识和体会，我从这本书中学到了很多经营管理的道理和方法，希望我也以后会在我具体的实践生活中好好地应用，也成为一个成功的管理者！

管理的好书篇三

《管人的真理》是斯蒂芬·p·罗宾斯博士所撰写的关于人力资

源管理方面的作品。

斯蒂芬·p·罗宾斯博士，是管理学和组织行为学领域的世界顶级管理畅销书作者。他的书销量已经突破200万册，在美国的100多所大学和世界数百所大学及许多企业中被广泛采用，读者遍及全球。除本书以外，罗宾斯博士的《管理学》和《组织行为学》中文版在中国管理学界教师、mba和企业管理者及公司白领中也是有口皆碑，且多年畅销不衰。

罗宾斯博士的实践经验丰富，学识渊博，并非一般象牙塔中研究管理学的教授可以比拟。他曾就职于壳牌石油公司和雷诺金属公司，他先后在布拉斯加大学、协和大学、巴尔的摩大学、南伊利诺伊大学和圣迭戈大学任教，并在一些著名的跨国公司中担任咨询顾问。

罗宾斯博士酷爱体育运动，自1993年以来，他曾4次获全美室内同龄组50米短跑冠军，并创造了360米和200米两项世界纪录。他被选为1993年和1994年度同龄组田径先生。

这样一位经验丰富的作者写出的这样一部著作，我在拜读后立即感觉他用浅显易懂的语言阐述了人力资源管理上的一些真理，而且选用的都是贴近实际生活的例子，对工作实践具有直观的指导意义。

管理的好书篇四

杨澜的书，人读后会变得更加精致。来看看杨澜的书读后感，看看读者们究竟悟到了什么呢？下面是本站小编精心为你整理杨澜的书读后感，希望你喜欢。

杨澜，一直是个优秀女强人。不论是事业还是家庭都是很闪亮的。她的影响力如此广泛，与她这些年的节目，参加的活动有关。她的生命如此精彩。幸福是什么？无论幸福还是不幸的人一直在寻找答案。抱着对生活的不满，觉得不幸的我看

了这本书。幸福是自己创造的，与别人无关。幸福得生活也的由自己去努力实现。幸福就是踏踏实实安静下来享受现在拥有的一切，认真做好眼前的事情。心怀感激，热情，乐观的走下去。不一定活得优质，但至少自己的心是优质的。要有那样一颗超然的心，才可以活得更好。

对于，我很是失望，接下来的时光大概就是在挣扎离与不离之间。我的世界里要慢慢把这个人挤出去，这样的婚姻，呵呵。还是期待有一天，能有一个爱我的人，把我拯救出去。但他没来之前，自己拯救自己。毕竟爱情不是生活的全部。学会爱自己。

对杰，基本上终结了。终结了对彼此所有的幻想。对我，他现在也是越来越残忍而已。为什么要找个人来伤害你呢？过去的事情没办法回头了。一切都结束了。终止吧！！

对于家人，我要好好爱他们，他们是我现在活下去的支柱。

对于工作，好好加油，不要一辈子当什么助理。要做专业人士。我两年之内要摆脱这个，好好学习。加油。我要挣高薪。这就是我现在简单的要求。当然这是需要不断学习和实践才能实现的。我要好好做。

关于幸福，我要自己去寻找，好好爱自己，珍惜爱你的人。努力做个独立的人。

很认同书中提到幸福的女人要独立，要有见识。辛辛苦苦，过舒服日子；舒舒服服，过辛苦日子。现满足我是大桥女工，因为有这份工作，不仅让我有一份经济收入，同时对家庭对自己有一份责任感。有了这份责任，工作和生活也有目标，认真的工作是我幸福感的体现。感悟书中提到幸福的女人要增长见识，见识能让一个女人成长和更加美丽。见识不是一朝一夕的成就，要靠平时一点一滴的积累和思考。不难看出，写这本书中是杨澜数万次访问后的思考结晶，是无私分享成

就幸福的内心独白，充分体现了杨澜魅力所在。不禁反思自己，平时不仅书看得少，更重要的是缺失了思考的过程，总是看一些别人总结出来现成的观点，这样失去了真正多角度的思考能力，现在应养成好习惯，锻炼自己看问题要多方位思考，要有自我，要有见识。

幸福不是从天上掉下来的，而是从自己心里长出来的，具有幸福力，就好像要使得自己心中开出花来，这样才会有蜜蜂来。杨澜自己发明的幸福公式中有这么一条：幸福=快乐×分享人数，学会将快乐与亲人和朋友分享，使这个幸福感扩散，带给更多的人快乐和积极的态度。孩子经常嘲笑我，说我的笑点太高，想想也真是这样，平时缺少阳光快乐的积极态度，把困难想着比目标大，经常忧愁多于欢笑，把不安的情绪影响下去，缺少正能量的传递。决定试着改变，像杨澜那样从内到外实在、阳光、从容。其实快乐是唯一一种只会涨不会跌的投资，是提升自己幸福力的筹码。这种独一无二的幸福力，是一种放下过去的的能力，一种面对现实的能力，一种享受当下的能力。我以前心中或多或少都有心理束缚，现在明白，要打破束缚让心灵自在，真真切切地感受快乐，分享快乐，传播快乐。

用一天的时间将杨澜新书《一问一世界》看完了，当一气呵成翻到最后一页的时候，意犹未尽地合上书，舒了口气。今年陆续看了几本书，这是唯一一本看得爱不释手的，有种非一口气看完才肯罢休的感觉。我想其中的原因应该有两点，第一是从大学时期就开始看《杨澜访谈录》，几乎一期不落。现在再回头看她记录下的这些采访经历，本身也是对自己过去时光的一个回放，就好比听到几首熟悉的老歌一样，怀念的不仅仅是歌，而是曾经听歌的日子。一直看她写的博客，以及关于她本人离开央视到哥伦比亚大学求学，尔后创立阳光卫视的一些报道，她个人的成功本身就是一个精彩的励志故事。第二是《杨澜访谈录》的嘉宾绝大多数都是影响这个时代的人物，正如栏目的口号一样“记录一个人和他(她)的时代”，所以自然对这些“大佬”的台前幕后非常好奇。

首先来说说这本书内容到底是什么？整本书将三件事交织一起展开写作，第一件事是杨澜本人从事电视行业的心路历程；第二件事是《杨澜访谈录》节目团队的组建、人员分工配合和团队成员做节目所付出的辛酸和努力；第三件事是与这些被采访的“大佬”过招，杨澜以及她的团队如何完成“不可能完成的任务”，如何对嘉宾巧妙提问，如何精益求精地创造这个有价值的节目。

对于杨澜本人，留给我们的印象就是美丽大方、举止优雅、工作干练、家庭幸福、事业蒸蒸日上。然而从书中可以发现光环的背后是近乎吃毛求疵般地追求卓越，是不断地在工作 and 家庭之间寻求最佳的动态平衡。在央视《正大综艺》工作三年后，在大家看来一切顺风顺水的时候，毅然决定远赴美国哥伦比亚大学求学，学习国际事务专业。我不禁脑海里闪过一句话，《肖申克的救赎》里说的 *some birds don't mean to be caged. their feathers are just too bright.* (有些鸟注定是会被关在笼子里的，因为它们的每一片羽毛都是那么的光亮)。从书中可以看出，她的这个决定对于后来事业的影响是不可估量的，通过哥大学习，培养了她国际化的观察视野，更加专业的新闻素养，更加纯正地道的英语，建立了国际化的人脉关系，开始了她幸福的婚姻生活，之后在事业上给她诸多支持的老公——吴征。记得曾经看过一期采访吴征的电视节目，谈到他们夫妻二人创业初期，杨澜对于电视节目的那种纯粹，甚至有些单纯的执着，吴征忍不住流下了泪水，说：“杨澜太不容易了，她真的非常不容易，承受了太多的压力。”虽然书中没有过多地涉及，但是面对当时国内比较刻板的电视管理规则，以及政府在诸多资源方面的垄断，对当年的杨澜和节目组是几乎不可逾越的困难。书中提到，由于杨澜没有企业运作的经验，杨澜常常按照央视的经验做节目，对成本考虑较少，如书中那段“昂贵的原创”，以至于最后阳光卫视出现财务危机，就在这样的关键时刻，吴征为了给妻子一个电视梦，通过自己娴熟的资本运作方式，最终让杨澜的梦想没有破灭。读到这里，我从心底佩服这个外表看起来有点胖、有点憨的男人。正如书中所说，判断一

份感情品质最好的方式，就是看情感中的两个人是否有机会成为更好的自己。

在电视屏幕上，我们只能看到杨澜和嘉宾侃侃而谈，但是这背后是一个强有力的团队在运作，节目中我们不难发现杨澜总有两三页采访提纲，但是这背后是海量信息的提炼，对于采访嘉宾的个人经历编导就必须准备50页完整的嘉宾资料，而这50页资料有来自权威媒体的报道，有来自嘉宾的自传和作品，甚至可能来自于嘉宾大学时期的某一篇论文。记得书中提到杨澜前去新加坡采访副兼财务大臣李显龙的时候，在飞机上她的助理还在疑惑杨澜为什么一直在看一本厚厚的李光耀传记，直到杨澜直截了当问李显龙：“您父亲曾大力提倡亚洲价值观，但在金融风暴后，它受到了质疑，甚至有人把它总结为ccn: corruption, collusion and nepotism□即腐败，官商勾结和任人唯亲。你认为有必要重新审视它吗？”这时她助理才终于理解了杨澜一路努力的终极目的。杨澜自己也提到，当年刚去美国留学的时候采访过基辛格，问的问题都是八竿子打不着的，甚至没有任何重点的提问，几乎是对任何人都可以问的问题。但是第二次采访基辛格的时候，她提前通读了他的全部外交著作，查阅了大量历史文献和资料，所以这一次访谈非常从容，以至于基辛格侃侃而谈，竟然都忘记了时间。在有限的时间内要提出有质量的问题，就像杨澜说的，必须与嘉宾“交浅言深”，这就要对嘉宾资料进行充分的研究，任何一个小的信息点都不容错过，从书中看到《杨澜访谈录》早期的核心策划人正是以严谨、犀利和善辩著称的蒋昌建。“黑夜给了我黑色的眼睛，我却要用它寻找光明。”一句醍醐灌顶式的总结，将当年蒋昌建送上首届国际大专辩论会最佳辩手的宝座。而现在针对每一个嘉宾，蒋昌建和他的团队都要研究嘉宾背景并结合当下社会现实准备出五花八门的问题供杨澜现场备用。配合着节目的精彩蜕变，节目在成立的第九年，管理团队建立了《杨澜访谈录手册》，让节目第一次有了制度化、规范化手册，从此节目定位更加清晰，选题更加明确，人员设置更加精细，工作流程更加流畅，终于为节目找到了一个“魂”。一时的成功我们可以归

结于偶然、侥幸和机遇，但是对于年轻的中国电视来说，一个节目能稳健地走过20xx年，并仍然不断在求新、求变，这不得不说源自于“每一次的充分准备、专业和高效”。

无疑，杨澜在生活和工作上收获了双“赢”。套用书中一段话，杨澜问通用电气前董事长兼首席执行官杰克*韦尔奇。

“你难道在所有的竞争中都必须胜利吗？”

“没错，凡事我做的事我都要赢。”这个被誉为20世纪最伟大的ceo,也是《赢》这本全球畅销书的作者杰克* 韦尔奇先生坚定地回答。

顿了顿，他又带点挑衅地反问杨澜一句：

“难道你不想赢吗？”

看完《一问一世界》让我看到了杨澜以及众多精英“赢”的方式和历程。

管理的好书篇五

金融危机后酒店营销的新视野涉及到酒店营销工作的方方面面：既有对酒店营销传统理论知识的回顾，也有对现代市场条件下酒店营销方式的新思考；既有对营销模式的重新规划，也有对营销技巧的重新梳理。在酒店市场竞争日益激烈的背景条件下《酒店营销与管理》以全新的视点与角度介绍了差异化营销、体验营销、品牌营销、忠诚营销、网络营销、绿色营销以及合作营销，理出了一套新的酒店营销模式与营销思路。

放好。一旦食物端上餐桌，服务员便无影无踪了，再也别想找见。这就是他们提醒顾客别在阳台就餐的方式。按理说，

饭店本应该将阳台视为提供产品的优势所在，这种差异可以给饭店带来很多顾客，并从这些顾客中获得好评。从这个案例中我们可以得到的启发是结合接待中心实际运营情况，加上六冷六热的菜品的要求，接待中心要根据实际情况，改变思路开创新菜品，适应新的竞争环境。

酒店业中产品观念的体现是当酒店行业中出现竞争或者在酒店进入淡季时期，有些酒店开始思考如何吸引到更多的顾客，就客人而言，他们下榻饭店所能获得的最基本的好处，餐厅可以就食用餐，饭店若能提供优于其他酒店的良好的设施和服务，客人一般会感到满意并在日后不断回头。此时，酒店意识到：客人喜欢良好的设施和优质的服务，酒店工作的核心是提供良好的设施和优质的服务，将此产品观念涉入到酒店管理的方方面面。在以后的工作中，接待中心要制定各项餐饮套餐标准，根据季节变化推出季节菜，特色菜。制作宣传单，对个对口单位进行宣传促销，加大接待中心宣传力度，为企业带来经济效益。